



## ANALISIS PELUANG DAN ANCAMAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL TERHADAP KEGIATAN EKSPOR KOPI: STUDI KASUS INDONESIA DAN AMERIKA SERIKAT

**Ikhlasul Amal**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

**Daspar**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

Alamat: Jl. Inspeksi Kalimalang Tegal Danas Arah Deltamas, Cikarang Pusat - Kab.  
Bekasi

Korespondensi: [ikhlasulaml3@gmail.com](mailto:ikhlasulaml3@gmail.com)<sup>1</sup>, [daspar@pelitabangsa.ac.id](mailto:daspar@pelitabangsa.ac.id)<sup>2</sup>

**Abstract** *This study aims to explore in depth the dynamics of opportunities and challenges faced by Indonesian coffee exporters within the context of international trade, with a specific focus on the United States market. Employing a qualitative approach and a case study design, the research investigates the social meanings, adaptive strategies, and structural barriers that influence the competitiveness of Indonesia's coffee exports. Data were collected through documentation, analysis of official reports, and direct observation of export actors in the Gayo and Lampung regions. The findings reveal that the U.S. coffee market offers significant potential, particularly for value-added products such as specialty coffee, organic coffee, and those with strong sustainability narratives. Nevertheless, exporters face considerable challenges, notably in the form of non-tariff barriers, international certification requirements, and intense competition from major producing countries such as Brazil and Vietnam. In response to these challenges, collaborative strategies—such as strengthening cooperative institutions, improving access to quality certifications, developing product innovation, and intensifying trade diplomacy—are critical to enhancing export competitiveness. The study underscores the importance of close collaboration among business actors, government agencies, and supporting institutions in building a resilient, competitive, and sustainable coffee export ecosystem capable of adapting to global market dynamics.*

**Keywords:** *Coffee export, International trade, United States, Non-tariff barriers, Adaptive strategies, Case study.*

**Abstrak** Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam dinamika peluang dan tantangan yang dihadapi oleh eksportir kopi Indonesia dalam konteks perdagangan internasional, dengan fokus pada pasar Amerika Serikat. Menggunakan pendekatan kualitatif dan desain studi kasus, penelitian ini menelusuri aspek makna sosial, strategi adaptasi, serta hambatan struktural yang memengaruhi daya saing ekspor kopi nasional. Data diperoleh melalui metode dokumentasi, penelaahan laporan resmi, serta observasi langsung terhadap para pelaku ekspor di kawasan Gayo dan Lampung. Hasil penelitian mengungkap bahwa pasar kopi Amerika Serikat menyimpan potensi signifikan, terutama untuk produk kopi dengan nilai tambah seperti kopi spesialti, kopi organik, dan produk yang membawa narasi keberlanjutan. Meski demikian, pelaku ekspor dihadapkan pada berbagai tantangan berat, terutama yang berasal dari hambatan non-tarif, tuntutan sertifikasi internasional, serta persaingan intensif dari negara produsen utama seperti Brasil dan Vietnam. Dalam merespons kondisi tersebut, strategi berbasis kolaborasi seperti penguatan kelembagaan koperasi, peningkatan akses terhadap sertifikasi mutu, pengembangan inovasi produk, serta intensifikasi diplomasi perdagangan menjadi langkah krusial untuk meningkatkan daya saing. Temuan ini menekankan perlunya kolaborasi erat antara sektor usaha, pemerintah, dan lembaga pendukung guna menciptakan ekosistem ekspor kopi Indonesia yang tangguh, adaptif, dan berkelanjutan dalam menghadapi dinamika pasar global.

**Kata kunci:** Ekspor kopi, Perdagangan internasional, Amerika Serikat, Hambatan non-tarif, strategi adaptif, dan Studi kasus.

### PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu komoditas ekspor unggulan nonmigas Indonesia yang memiliki peran strategis dalam mendorong perekonomian nasional. Sebagai negara

penghasil kopi terbesar keempat di dunia setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia, Indonesia mencatatkan volume produksi lebih dari 600 ribu ton pada tahun 2023 (Melina & Admiral, 2023). Ekspor kopi tidak hanya berkontribusi terhadap devisa negara, tetapi juga mencerminkan warisan sosial dan budaya masyarakat petani di wilayah-wilayah penghasil utama seperti Sumatera, Sulawesi, dan Jawa. Namun, di tengah arus globalisasi perdagangan, kinerja ekspor kopi sangat dipengaruhi oleh dinamika kebijakan dan regulasi internasional yang terus mengalami perubahan.

**Tabel 1. Negara Tujuan Ekspor Kopi Indonesia Tahun 2021**

Negara Tujuan Ekspor	Volume Ekspor (ton)	Nilai Ekspor (US\$)	Pangsa Pasar (%)
Amerika Serikat	57.694	194.764.059	14,90%
Mesir	48.521	89.082.656	12,53%
Spanyol	33.042	57.536.374	8,53%
Malaysia	29.059	49.100.433	7,94%
Jepang	25.137	61.888.704	7,05%
Total Ekspor	193.453	452.372.226	50,95%

**Sumber:** Badan Pusat Statistik

Pada Tabel 1. Amerika Serikat merupakan pasar ekspor utama bagi kopi Indonesia. Data tahun 2021 menunjukkan bahwa sekitar 14,9% dari total ekspor kopi Indonesia diserap oleh pasar AS, menjadikannya tujuan ekspor terbesar dan jauh melampaui negara-negara seperti Mesir, Spanyol, Malaysia, dan Jepang. Hal ini menegaskan pentingnya pasar AS dalam keberlangsungan ekspor kopi Indonesia dan perlunya strategi khusus untuk memperkuat posisi Indonesia di pasar tersebut (Sihotang et al., 2024).

Namun, Indonesia menghadapi sejumlah tantangan dalam memasuki pasar kopi global, khususnya di Amerika Serikat. Persaingan ketat dari produsen utama lain seperti Brasil dan Vietnam, serta tuntutan pemenuhan standar kualitas dan sertifikasi internasional seperti FDA, USDA, Organik, dan Rainforest Alliance, menjadi kendala utama bagi eksportir kopi Indonesia. Selain itu, hambatan di bidang logistik dan infrastruktur di beberapa daerah penghasil kopi juga memperlambat proses ekspor. Meski demikian, peluang tetap terbuka lebar apabila Indonesia mampu meningkatkan kualitas produk, berinovasi, dan memperkuat branding kopi di pasar global (Sitepu & Yudha, 2022). Dengan strategi yang tepat serta dukungan kebijakan pemerintah, Indonesia berpotensi meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar kopi di Amerika Serikat dan dunia.

Salah satu kendala signifikan dalam menjangkau pasar Amerika adalah hambatan non-tarif seperti peraturan sanitary and phytosanitary (SPS), kebijakan Bioterrorism Act, serta berbagai ketentuan dalam kerangka *technical barriers to trade* (TBT), yang berpotensi melemahkan daya saing kopi Indonesia (Wafik Azizah & Binar Nan Baik, 2024). Di sisi lain, skema perjanjian perdagangan bebas (FTA) seperti RCEP dan IC-CEPA sebenarnya membuka peluang preferensi tarif yang masih belum dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku ekspor kopi nasional (Andira, 2023). Fakta ini menunjukkan

bahwa tantangan ekspor tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga terkait dengan kapasitas kelembagaan dan tingkat pemahaman pelaku lokal terhadap aturan perdagangan global.

Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan dalam pemahaman para aktor lokal terhadap dinamika norma dan kebijakan perdagangan internasional yang terus berkembang. Sejauh ini, sejumlah kajian cenderung menggunakan pendekatan kuantitatif yang menitikberatkan pada data volume ekspor atau fluktuasi nilai tukar, namun belum banyak yang mengeksplorasi aspek subjektif dari para pelaku usaha, asosiasi eksportir, dan petani dalam merespons peluang serta risiko yang muncul dalam sistem perdagangan global (Sood, 2022). Oleh karena itu, pendekatan kualitatif diperlukan untuk menggali cara para aktor tersebut memaknai serta menyesuaikan strategi mereka terhadap dinamika internasional yang kompleks.

Dalam perspektif sosiologis dan institusional, kajian perdagangan menekankan pentingnya peran aktor serta struktur dalam membentuk realitas pasar global (Soeparna, 2020). Dalam konteks ekspor kopi, nilai-nilai seperti keadilan perdagangan (*fair trade*), keberlanjutan lingkungan (*sustainability*), dan identitas lokal menjadi semakin relevan dan perlu diterjemahkan secara konkret ke dalam strategi penetrasi pasar. Pendekatan ini membantu melihat ekspor bukan semata aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai proses sosial yang sarat makna, nilai, dan relasi kekuasaan.

Temuan awal dari observasi lapangan dan wawancara dengan pelaku ekspor di Lampung dan Gayo menunjukkan bahwa sebagian besar eksportir menghadapi kesulitan dalam memahami isi dokumen perjanjian FTA, keterbatasan akses terhadap logistik ekspor yang efisien, serta belum memiliki kapasitas memadai untuk memenuhi standar keberlanjutan yang ditetapkan oleh pembeli dari Amerika. Seorang eksportir bahkan menyatakan bahwa “pasar Amerika memang menjanjikan, tetapi memerlukan upaya administratif dan modal besar untuk bisa menembusnya.” Pernyataan ini mencerminkan belum optimalnya kesiapan struktural dan institusional dalam merespons peluang dari skema perdagangan bebas.

Berdasarkan latar tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana pelaku ekspor kopi Indonesia memaknai serta merespons peluang dan tantangan perdagangan internasional—terutama yang berkaitan dengan tarif, hambatan non-tarif, dan perjanjian FTA dalam kerangka hubungan dagang dengan Amerika Serikat. Fokus utama penelitian diarahkan pada aspek makna sosial, strategi adaptif, serta kendala struktural yang dihadapi oleh para pelaku lokal.

Secara teoritis, kajian ini berkontribusi dalam memperkaya literatur studi perdagangan internasional dengan menambahkan perspektif mikro-sosiologis melalui pendekatan kualitatif. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan konkret bagi pembuat kebijakan, asosiasi eksportir, dan lembaga terkait dalam merancang strategi peningkatan daya saing kopi Indonesia di pasar global yang semakin kompetitif.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Perdagangan Internasional**

Teori perdagangan internasional menjadi dasar dalam memahami pertukaran barang dan jasa lintas negara, termasuk dalam konteks perdagangan komoditas seperti kopi. Dua pendekatan utama yang sering digunakan adalah teori keunggulan absolut dan keunggulan komparatif. Dalam konsep keunggulan absolut, Adam Smith mengemukakan bahwa suatu negara akan memperoleh manfaat lebih besar apabila mengekspor barang yang dapat diproduksi dengan biaya lebih rendah dibandingkan negara lain. Sementara itu, David Ricardo melalui teori keunggulan komparatif menegaskan bahwa negara sebaiknya fokus mengekspor produk yang dapat dibuat dengan efisiensi relatif lebih tinggi dibanding negara mitra dagang (Dangkeng et al., 2023).

Namun dalam pelaksanaannya, perdagangan internasional tidak sepenuhnya berjalan tanpa hambatan. Terdapat berbagai kendala baik dalam bentuk tarif, seperti bea masuk di negara pengimpor, maupun hambatan non-tarif, seperti persyaratan teknis, regulasi lingkungan, dan tuntutan sertifikasi sosial. Hambatan-hambatan tersebut sering kali menjadi tantangan serius bagi masuknya kopi Indonesia ke pasar Amerika Serikat. (Upaya Terciptanya, 2024) mencatat bahwa ketentuan dalam Bioterrorism Act serta kewajiban sistem ketertelusuran (traceability) merupakan contoh hambatan non-tarif yang cukup menyulitkan bagi eksportir kopi Indonesia, walaupun dari sisi produksi, Indonesia memiliki keunggulan komparatif.

### **Ekspor dan Permintaan Global**

Ekspor didefinisikan sebagai aktivitas menjual produk ke luar negeri, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti tingkat permintaan global, harga barang, nilai tukar mata uang, serta preferensi konsumen di negara tujuan. Dalam konteks komoditas kopi, permintaan tidak hanya ditentukan oleh aspek harga dan mutu produk, tetapi juga oleh faktor-faktor seperti kebiasaan konsumsi, tren gaya hidup, dan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan. Konsumen di Amerika Serikat, misalnya, semakin menunjukkan perhatian terhadap aspek seperti sertifikasi perdagangan adil (fair trade), produk organik, serta praktik pertanian yang berkelanjutan (Windayani et al., 2024).

Teori perilaku konsumen internasional menjelaskan bahwa konsumen dari negara-negara maju cenderung memilih produk yang memiliki nilai tambah sosial dan lingkungan. Oleh karena itu, strategi ekspor tidak cukup hanya mengandalkan volume penjualan, tetapi juga harus mencerminkan nilai-nilai yang diinginkan pasar, seperti pencitraan merek, narasi keberlanjutan, serta diferensiasi produk berbasis budaya lokal. Hal ini diperkuat oleh temuan yang menunjukkan bahwa konsumen kopi specialty di Amerika Serikat lebih tertarik pada produk dengan identitas asal-usul yang jelas (single origin) serta diproduksi melalui praktik pertanian yang ramah lingkungan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan model studi kasus, yang dipilih untuk menggali pemahaman yang mendalam dan kontekstual mengenai dinamika

peluang serta tantangan dalam perdagangan internasional yang memengaruhi ekspor kopi Indonesia, khususnya menuju pasar Amerika Serikat. Pendekatan studi kasus dianggap tepat karena memberikan fleksibilitas analisis menyeluruh terhadap fenomena kompleks dalam konteks nyata, yang tidak dapat disederhanakan ke dalam variabel-variabel terpisah (Yin, 2018; Ayuba, 2024). Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mengeksplorasi keterkaitan antara kebijakan perdagangan, hambatan non-tarif teknis, dan persepsi para eksportir kopi terhadap kondisi pasar global.

Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi berbagai sumber primer dan sekunder, seperti laporan resmi dari Kementerian Perdagangan RI, data statistik ekspor kopi dari United States Census Bureau, publikasi dari International Coffee Organization (ICO), serta informasi dari media dan pelaku industri kopi. Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan metode, yakni dengan membandingkan informasi dari dokumen resmi, pemberitaan media, dan wawancara atau diskusi publik yang tersedia dalam bentuk laporan atau dokumentasi webinar ekspor kopi. Strategi ini digunakan untuk meminimalisasi potensi bias dan memperkuat validitas internal (Daspar & Fatikah, 2025).

Validasi data dilakukan melalui beberapa langkah. Pertama, informasi dari berbagai lembaga dan negara dikaji secara komparatif melalui triangulasi sumber. Kedua, diterapkan audit trail, yaitu pencatatan secara sistematis terhadap keseluruhan proses mulai dari pengumpulan hingga analisis data. Selain itu, peneliti juga menggunakan member checking terbatas, yaitu dengan meninjau ulang kutipan wawancara atau sumber digital yang telah dipublikasikan oleh narasumber, guna memastikan bahwa interpretasi data tetap selaras dengan maksud asli informan (Ningsih, 2022).

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis tematik, dengan cara mengidentifikasi pola-pola utama (theme) dari data yang dikumpulkan. Analisis dilakukan dalam tiga tahap utama: (1) melakukan open coding terhadap kutipan atau informasi penting dalam dokumen, (2) mengelompokkan hasil coding ke dalam tema-tema seperti “diplomasi ekspor kopi”, “tantangan tarif dan non-tarif”, dan “ketahanan pelaku usaha kecil”, serta (3) menyusun kesimpulan secara induktif untuk menjawab rumusan masalah.

## **PEMBAHASAN**

### **Peluang Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat**

Pasar kopi di Amerika Serikat memberikan prospek yang menjanjikan, terutama untuk segmen produk kopi spesialti dan kopi organik. Mayoritas eksportir dan petani bersertifikasi dari wilayah Gayo dan Lampung mengindikasikan bahwa konsumen Amerika semakin menghargai kopi yang memiliki nilai tambah, seperti kopi single origin, kopi organik, serta kopi yang menyertakan narasi sosial mengenai asal-usulnya. Salah seorang eksportir dari Gayo menyatakan bahwa, “Pembeli dari AS sangat tertarik jika kami bisa ceritakan asal-usul kopi kami, bahkan siapa nama petaninya dan bagaimana proses panennya.” Pernyataan ini mempertegas bahwa cerita di balik produk dan kekhasan lokal menjadi elemen penting dalam memperkuat daya tarik ekspor kopi.

Peluang ini juga diperkuat oleh dukungan pemerintah melalui kebijakan perdagangan dan perjanjian internasional. Beberapa pelaku ekspor telah memanfaatkan insentif berupa pembebasan tarif ekspor ke negara-negara mitra, serta bantuan teknis dari Atase Perdagangan Indonesia di Washington D.C. Berdasarkan dokumen resmi dari Kementerian Perdagangan, program diplomasi kopi Indonesia (Coffee Diplomacy) sejak 2021 telah berhasil memperluas distribusi kopi ke lebih dari 15 negara bagian di Amerika Serikat.

Selain itu, inovasi dan diversifikasi produk turut menjadi strategi utama yang dimanfaatkan oleh para pelaku usaha lokal. Sebagai contoh, salah satu koperasi di Lampung mengembangkan produk kopi fermentasi madu dan kopi wine, yang mendapatkan respons positif dari pasar niche di AS. Observasi lapangan memperlihatkan bahwa koperasi yang mampu menerapkan inovasi pada tahap pascapanen memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan di pasar global

### **Ancaman terhadap Ekspor Kopi Indonesia**

Di balik potensi besar, para eksportir kopi nasional juga menghadapi berbagai kendala yang kompleks. Informan dari koperasi ekspor di Gayo menyebutkan bahwa standar sertifikasi yang ditetapkan oleh pembeli Amerika tergolong ketat, termasuk kewajiban sistem pelacakan asal produk (traceability) dari kebun hingga pelabuhan ekspor. Seorang eksportir menyampaikan, “Kami butuh biaya besar untuk audit Rainforest Alliance dan USDA Organic. Tidak semua petani siap.” Hal ini menunjukkan keterbatasan kapasitas dan sumber daya dalam memenuhi tuntutan pasar ekspor premium.

Di samping kendala teknis, kompetisi dengan negara produsen utama seperti Brasil dan Vietnam menjadi tantangan besar. Kedua negara tersebut unggul dalam hal volume produksi, efisiensi logistik, serta dukungan kebijakan dari pemerintah. Seorang narasumber mencatat bahwa “Harga kopi Vietnam jauh lebih murah karena sistem logistik dan subsidinya kuat. Kita kalah di efisiensi.” Tantangan ini diperparah dengan gejolak harga kopi global yang turut memengaruhi pendapatan petani dan keberlanjutan ekspor dalam jangka panjang.

Masalah lainnya adalah dominasi ekspor kopi dalam bentuk mentah (green bean) tanpa nilai tambah. Berdasarkan data ekspor tahun 2023, lebih dari 85% kopi Indonesia yang diekspor ke Amerika Serikat masih berupa biji mentah. Keterbatasan sektor hilir domestik menyebabkan hilangnya peluang ekonomi dari produk olahan seperti kopi sangrai (roast & ground) atau kopi siap minum (ready-to-drink), yang memiliki nilai jual lebih tinggi.

### **Strategi Mitigasi dan Peningkatan Daya Saing**

Penelitian ini juga menyoroti sejumlah strategi adaptif yang diimplementasikan oleh pelaku usaha dalam merespons tantangan ekspor. Salah satu pendekatan utama adalah kolaborasi antarpetani melalui wadah koperasi dan asosiasi. Di Gayo, misalnya, koperasi telah menjadi pusat integrasi pelatihan, pendanaan sertifikasi, hingga promosi ekspor. Seorang ketua koperasi menegaskan, “Kita tidak bisa ekspor sendiri-sendiri. Kita harus kompak, bikin volume, jaga kualitas, dan branding bersama.”

Selain penguatan kelembagaan, peningkatan kapasitas melalui perolehan sertifikasi internasional seperti Fair Trade, USDA Organic, dan Rainforest Alliance terbukti membuka akses ke pasar baru dengan harga premium. Sertifikasi tersebut juga memberikan insentif untuk praktik berkelanjutan di tingkat petani. Meski demikian, sebagian besar petani masih menghadapi kendala biaya dan pemahaman teknis untuk memenuhi standar tersebut.

Upaya diversifikasi produk juga menjadi langkah strategis dalam memperluas penetrasi pasar, terutama untuk segmen konsumen milenial. Produk-produk seperti kopi luwak bersertifikat, kopi dengan profil fermentasi unik, serta kopi dalam kemasan inovatif semakin diminati oleh pasar AS. Selain itu, diplomasi ekonomi melalui keikutsertaan dalam pameran internasional dan kampanye seperti “Indonesian Coffee Day” di berbagai kota besar di Amerika Serikat telah berkontribusi pada peningkatan kesadaran merek dan permintaan produk kopi Indonesia di tingkat konsumen akhir.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa perdagangan internasional membawa dinamika yang kompleks bagi ekspor kopi Indonesia ke pasar Amerika Serikat, dengan menghadirkan peluang sekaligus tantangan. Peluang tersebut tercermin dari meningkatnya permintaan terhadap kopi spesialti, kopi organik, serta produk yang menonjolkan nilai keberlanjutan. Faktor pendorong seperti dukungan diplomatik dalam perdagangan, inovasi produk, serta pemanfaatan fasilitas tarif melalui perjanjian perdagangan bebas turut meningkatkan daya saing ekspor kopi nasional.

Namun, tantangan yang dihadapi tidaklah sedikit. Persyaratan sertifikasi internasional, kewajiban pelacakan asal produk (traceability), persaingan harga dengan negara eksportir lainnya, serta dominasi ekspor dalam bentuk bahan mentah menunjukkan adanya persoalan struktural dalam rantai ekspor kopi Indonesia. Di samping itu, lemahnya kapasitas kelembagaan dan minimnya pemahaman pelaku usaha terhadap ketentuan perdagangan global menambah risiko kehilangan peluang ekspor.

Untuk menghadapi persoalan tersebut, dibutuhkan strategi yang responsif dan kolaboratif. Langkah-langkah seperti memperkuat peran koperasi, meningkatkan kemampuan pelaku dalam memperoleh sertifikasi, melakukan diversifikasi produk, serta memperkuat diplomasi ekonomi menjadi strategi utama yang harus dioptimalkan. Penelitian ini juga menekankan pentingnya pendekatan sosiologis dalam memahami perdagangan internasional, yakni tidak hanya sebagai transaksi ekonomi semata, melainkan juga sebagai proses sosial yang melibatkan makna, relasi, dan negosiasi. Dengan demikian, keberhasilan ekspor kopi Indonesia di pasar global, terutama Amerika Serikat, sangat bergantung pada kolaborasi erat antara pelaku usaha, pemerintah, dan masyarakat dalam membangun ekosistem ekspor yang kokoh, kompetitif, dan berkelanjutan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Adetya, A., Rifin, A., & Nurmalina, R. (2025). *POSISI PASAR EKSPOR BIJI KOPI INDONESIA DI PASAR INTERNASIONAL : PENDEKATAN ALMOST IDEAL*

*DEMAND SYSTEM ( AIDS ). 15(1), 114–123.*

- Andira, A. (2024). Perjanjian Indonesia-Canada Comprehensive Economic Partnership Agreement (ICA-CEPA) Terhadap Potensi Peningkatan Ekonomi Indonesia Periode 2021-2023. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*.  
[https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/79115%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/79115/1/ALYA ANDIRA.FISIP.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/79115%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/79115/1/ALYA%20ANDIRA.FISIP.pdf)
- Anggraini, D. M., Aminudin, I., & Muhib, A. (2022). Daya Saing Kopi Indonesia Di Pasar Internasional. *Sharia Agribusiness Journal*, 2(1), 33–50.  
<https://doi.org/10.15408/saj.v2i1.26469>
- Asmara, G. D., Prasajo, D. J., & Khoirudin, R. (2024). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor Kopi Indonesia Ke Amerika Serikat. *Seminar Nasional Lppm Ummat*, 3, 271–279.
- Asrida, R. (2020). Determinan ekspor kopi indonesia ke jepang. *Sustainability (Switzerland)*, 4(1), 1–9. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/en/mdl-20203177951%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0887-9%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41562-020-0884-z%0Ahttps://doi.org/10.1080/13669877.2020.1758193%0Ahttp://serisc.org/journal/s/index.php/IJAST/article>
- Dan, P. (2015). *Peluang Dan Hambatan Kopi Indonesia Di Amerika Serikat Sebagai Komoditi Ekspor*. 69–98.
- Hervinaldy, H. (2017). Strategi Pemerintah Indonesia Dalam Meningkatkan Ekspor Kopi Ke Amerika Serikat. *Jom Fisip*, 4(2), 1–15.
- Ii, B. A. B., & Pustaka, K. (2021). *Anak Agung Mia Intentilia, “COFFEE DIPLOMACY IN JOKOWI’S ERA: THE STRATEGY OF CULTURAL AND ECONOMIC DIPLOMACY OF INDONESIA’S FOREIGN POLICY”, VOLUME 4 NOMOR 1 2020*. 4.
- Iii, B. A. B. (2016). *Bab iii perdagangan ekspor komoditas kopi indonesia ke amerika serikat*. 37–58.
- Jannah, A. R., & Rangkuty, D. M. (2024). Studi Kajian Kebijakan Perdagangan Internasional dan Pertumbuhan Ekonomi Negara Berkembang. *Intelletika: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(4), 261–262.
- Lubis, A. D. (2010). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Ekspor Indonesia. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 4(1), 1–14.
- Manalu, D. S. T., Harianto, Suharno, & Hartoyo, S. (2022). Analisis Daya Saing Serta Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pangsa Pasar Negara Eksportir Utama Kopi di Negara Importir Utama Kopi. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 16(1), 1–24.  
<https://jurnal.kemendag.go.id/bilp/article/view/445>
- Nurohman Dede, Abd Aziz, M. F. F. (2021). 濟無No Title No Title No Title. *Kodifikasi : Jurnal Penelitian Islam*, Vol 15, No. 01 (2021), 133-158, 15(01), 133–158.
- Pasolonk, B. L. H., Juniar, J. M., Maharani, M., Raviqois, R. R., & Adelia, R. P. (2023).



- Daya Saing Indonesia Dalam Ekspor Kopi Dunia. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 624–632. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i3.599>
- Purba, A. M., Cls, A., Utami, M., Saparianti, N., Sinar, T. B. M., & Adlina, H. (2023). Teori Perdagangan Internasional: Pemahaman Konseptual dan Implikasinya Dalam Konteks Global. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 938–945. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8061593>
- Satria, D., & Wulandari, F. (2011). Aktualisasi Nilai-Nilai Konstitusi Dalam Kebijakan Perdagangan Indonesia Di Tingkat Regional Dan Multilateral. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 5(2), 224–251. <https://doi.org/10.21776/ub.jiae.2011.005.02.6>
- Sihotang, J., Nopeline, N., Luter Purba, M., & Zai, Y. (2024). Studi Determinan Ekspor Kopi Indonesia ke Amerika Serikat. *Jurnal Ekuilnomi*, 6(1), 77–88. <https://doi.org/10.36985/dh8ea566>
- Sitepu, M. A. M. B., & Yudha, I. M. E. K. (2022). Pengaruh Daya Saing, Kurs, Gdp, Dan Harga Terhadap Ekspor Kopi Indonesia Ke Lima Negara. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 11(10), 3811. <https://doi.org/10.24843/eep.2022.v11.i10.p06>
- Suherman, R. F., Hikmah, S. Q., & Firmansyah, R. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor Kopi Indonesia dipasar Internasional (Analysis of Factors Affecting Indonesian Coffee Export in the International Market). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sosial (JEMeS)*, 6(2), 51–61. <https://ojs.ejournalunigoro.com/index.php/JEMeS>
- Tarigan, D. H., & Ardhaneswari, N. K. (2023). Peluang Ekspor Kopi Indonesia Ke Amerika Serikat Melalui Kerjasama Perdagangan Internasional. *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(10), 1248–1252. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i10.941>
- Upaya terciptanya. (2024).
- Wafik Azizah, & Binar Nan Baik. (2024). Memahami Liberalisasi Perdagangan: Dampak Dan Implikasinya Dalam Konteks Ekonomi Global. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 251–265. <https://doi.org/10.61722/jaem.v1i4.3333>
- Windayani, F., Nurhayati, P. N., & Hannan, S. (2024). Formulasi Strategi Pengembangan Usaha Cafe. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 10(2), 602–612. <https://doi.org/10.17358/jabm.10.2.602>